**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Perputaran roda perekonomian di dunia tidak lepas dari usaha yang keras di bidang *networking* (jaringan). Kita melihat dan bahkan telah menjalankan proses pemasaran dalam menjual barang atau jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Namun kadang - kadang proses jaringan dalam sebuah usaha tersebut dilakukan hanya berdasarkan kebiasaan saja, sering terjadi perusahaan kalah bersaing dengan perusahaan lain dengan jenis usaha yang sejenis untuk merebut hati konsumen maka suatu perusahaan harus memiliki perencanaan proses *networking* (jaringan) secara matang dengan menggunakan *service quality* (kualitas pelayanan) yang tepat dan juga didukung dengan penjualan produk yang baik sehingga dapat meningkatkan penjualan terhadap suatu usaha. Jaringan usaha dapat dicapai apabila mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggan dari apa yang diberikan oleh pesaingnya. Perkembangan usaha berasal dari berbagai aktivitas usaha seperti *networking* (jaringan), *service quality* (kualitas pelayanan) dengan mendukung produknya untuk meningkatkan penjualan suatu produk.

Perusahaan harus dapat mempertahankan promosi dan saluran dsitribusi yang baik agar konsumen bersedia membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan dan pada akhirnya memiliki tujuan akhir yaitu untuk mencapai target dari omset penjualan yang diharapkan serta dapat menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan salah satunya biaya promosi dan distribusi. Adanya kenaikan omset penjualan, perusahaan dapat dikatakan menang dalam bersaing, sebab mampu menarik perhatian konsumen atas produk yang ditawarkan, hal ini tak lepas bagaimana sebuah perusahaan melakukan kegiatan pemasaran yang mencakup *networking* (jaringan) dan *service quality* (kualitas pelayanan). Berikut ini adalah hasil data prasurvey yang dibagikan kepada 30 orang Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang pada tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**

**Hasil Data Prasurvey Variabel *Networking* (X1)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Indikator** | **Tidak Setuju** | **Persentase**  | **Setuju** | **Persentase**  |
|  | ***Networking*** |
| 1. | Menurut saya pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang memiliki jaringan informal dengan teman, keluarga, ataupun pedagang lainnya | 10 | 33% | 20 | 67% |
| 2. | Saya memiliki jaringan untuk meningkatkan jaringan usaha saya dengan klien, pemasok, pesaing dan sebagainya | 15 | 50% | 15 | 50% |
| 3. | Saya melakukan penjualan produk hingga ke lembaga regional, bank, pemerintah dan sebagainya. | 26 | 87% | 4 | 13% |
|  | ***Service Quality*** |
| 1 | Menurut saya pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan respon secara cepat dan tepat terhadap apa yang diinginkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen | 19 | 63% | 11 | 37% |
| 2 | Saya selalu memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan benar kepada konsumen | 15 | 50% | 15 | 50% |
| 3 | Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan Jaminan terhadap suatu produk bagi para konsumen | 16 | 53% | 14 | 47% |
| 4 | Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial kepada konsumen | 13 | 43% | 17 | 57% |
| 5 | Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu menunjukkan barang atau suatu produk kepada konsumen dalam proses transaksi jual beli | 10 | 33% | 20 | 67% |
|  | **Peningkatan Penjualan** |
| 1 | Penjualan saya terus meningkat akibat dari kekuatan-kekuatan dari luar perusahaan. | 15 | 50% | 15 | 50% |
| 2 | Menurut saya penjualan Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang secara rata-rata mengalami peningkatan setiap periode akibat dari pelaku usaha yang terus menerus selalu berusaha. | 15 | 50% | 15 | 50% |
| 3 | Menurut saya penjualan pada Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang akhir-akhir ini terjadi peningkatan yang sangat signifikan | 13 | 43% | 17 | 57% |
| 4 | Saya selalu mengalami peningkatan akibat dari besarnya jumlah pelanggan | 20 | 67% | 10 | 33% |
| 5 | Menurut saya faktor dari luar juga mempengaruhi naik turunnya suatu penjualan. | 18 | 60% | 12 | 40% |

Sumber: Data Diolah, 2022

Menurut Pra Riset yang dilakukan peneliti kepada 30 Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang bahwasannya didalam indikator *networking* masih ada responden yang menjawab “tidak setuju” dari hasil pernyataan “Saya melakukan penjualan produk hingga ke lembaga regional, bank, pemerintah dan sebagainya” sebanyak 26 orang (87%). Hal ini tentu Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang masih belum memiliki *networking* (jaringan) eksternal dan jaringan kelembagaan. Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang hanya mengandalkan konsumen dari jaringan informal seperti, teman, keluarga, dan masyarakat sekitar. Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang tidak mempunyai jaringan eksternal dan jarigan kelembagaan seperti klien, pemasok, pesaing, lembaga regional, bank, pemerintah dan sebagainya. Oleh karena itu penjualan produk yang dilakukan oleh Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang tidak mengalami peningkatan dikarenakan masih terbatasnya jangkauan *networking* (jaringan) yang dimiliki oleh pedagang tersebut. Berikut ini adalah hasil data prasurvey pada variabel *Service Quality* yang dicantumkan pada tabel 1.2 berikut ini.

**Tabel 1.2**

**Hasil Data Prasurvey Variabel *Service Quality* (X2)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Indikator** | **Tidak Setuju** | **Persentase**  | **Setuju** | **Persentase**  |
|  | ***Service Quality*** |
| 1 | Menurut saya pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan respon secara cepat dan tepat terhadap apa yang diinginkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen | 19 | 63% | 11 | 37% |
| 2 | Saya selalu memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan benar kepada konsumen | 15 | 50% | 15 | 50% |
| 3 | Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan Jaminan terhadap suatu produk bagi para konsumen | 16 | 53% | 14 | 47% |
| 4 | Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial kepada konsumen | 13 | 43% | 17 | 57% |
| 5 | Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu menunjukkan barang atau suatu produk kepada konsumen dalam proses transaksi jual beli | 10 | 33% | 20 | 67% |

Sumber: Data Diolah, 2022

Hasil data pra survey didalam indikator *Service Quality* masih ada responden yang menjawab “tidak setuju” pada pernyataan “Menurut saya pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan respon secara cepat dan tepat terhadap apa yang diinginkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen” sebanyak 19 orang (63%) dan pada pernyataan “Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan Jaminan terhadap suatu produk bagi para konsumen” sebanyak 16 orang (53%). Selain masalah *networking* (jaringan), terdapat fenomena Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang yaitu para pedagang masih belum bisa ramah kepada calon konsumen yang ingin membeli produk yang yang dijual oleh Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang. Pedagang juga masih irit senyum, bersikap cuek kepada para konsumen serta pedagang belum bisa memberikan jaminan terhadap produk yang dijual kepada konsumen tentang kualitas keamanan ketika dikonsumsi, sehat atau tidaknya produk tersebut dan sebagainya. Hasil data prasurvey pada variabel peningkatan penjualan dicantumkan pada tabel 1.3 berikut ini

**Tabel 1.3**

**Hasil Data Prasurvey Variabel Peningkatan Penjualan (Y)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Indikator** | **Tidak Setuju** | **Persentase**  | **Setuju** | **Persentase**  |
|  | **Peningkatan Penjualan** |
| 1 | Penjualan saya terus meningkat akibat dari kekuatan-kekuatan dari luar perusahaan. | 15 | 50% | 15 | 50% |
| 2 | Menurut saya penjualan Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang secara rata-rata mengalami peningkatan setiap periode akibat dari pelaku usaha yang terus menerus selalu berusaha. | 15 | 50% | 15 | 50% |
| 3 | Menurut saya penjualan pada Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang akhir-akhir ini terjadi peningkatan yang sangat signifikan | 13 | 43% | 17 | 57% |
| 4 | Saya selalu mengalami peningkatan akibat dari besarnya jumlah pelanggan | 20 | 67% | 10 | 33% |
| 5 | Menurut saya faktor dari luar juga mempengaruhi naik turunnya suatu penjualan. | 18 | 60% | 12 | 40% |

Sumber: Data Diolah, 2022

Hasil data pra survey didalam indikator peningkatan penjualan pada pernyataan “Saya selalu mengalami peningkatan akibat dari besarnya jumlah pelanggan” responden masih ada yang menjawab “tidak setuju” sebanyak 20 orang (67%) dan responden masih ada yang menjawab “tidak setuju” pada pernyataan “Menurut saya faktor dari luar juga mempengaruhi naik turunnya suatu penjualan.” sebanyak 18 orang (60%).

Tentu hasil ini sangat mempengaruhi hasil penjualan dikarenakan rendahnya jumlah pelanggan yang datang ke Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang dikarenakan pihak pedagang belum mempunyai jaringan eksternal yang kuat sehingga hal tersebut membuat menurunna jumlah penjualan. Data hasil penjualan Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selama bulan Juni-Desember 2021 ditampilkan pada grafik 1.1 berikut ini

**Gambar 1.1**

**Grafik penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selama bulan Juni-Desember 2021**

Sumber : Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang, 2022

Pada grafik penjualan yang dicantumkan didalam grafik 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan Produk Kerupuk Kulit Dan Ikan Patin pada Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang masih mengalami penurunan pada bulan Agustus (45), Oktober (42) dan November (37) yang cukup signifikan. Hal ini terjadi dikarenakan pedagang masih belum mempunyai jaringan yang cukup besar seperti jaringan eksternal dan jaringan kelembagaan untuk menjual produk dalam ruang lingkup yang cukup besar dan pedagang juga masih belum bisa memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen sehingga hal-hal tersebut membuat penurunan jumlah penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin. Oleh karena itu untuk dapat meningkatkan jumlah penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang, pedagang harus bisa membuat jaringan eksternal dan jaringan kelembagaan agar produk bisa masuk kepasar yang lebih besar dan menjual produk yang lebih banyak agar produk bisa dikenal oleh orang lain dan pedagang juga harus bisa memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan setelah berbelanja di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang.

 Berdasarkan fenomena yang telah digambarkan, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul **”** **Pengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang)”.**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Menurut Setyosari (2012), identifikasi masalah adalah mengenali masalah dengan cara mendaftar faktor-faktor yang berupa permasalahan, mengidentifikasi masalah-masalah penelitian bukan sekedar mendaftar jumlah masalah, tetapi juga kegiatan ini lebih dari pada itu, karena masalah yang dipilih hendaknya memilih nilai yang sangat penting atau signifikan untuk dipecahkan.

Berdasarkan latar belakang masalah peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih terbatasnya jangkauan *networking* (jaringan) yang dimiliki oleh pedagang yaitu belum memiliki jaringan eksternal dan jaringan kelembagaan.

2. Pedagang masih belum memberikan *service quality* (kualitas pelayanan) yang terbaik kepada para konsumen.

3. penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin pada Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang masih mengalami penurunan pada bulan Agustus, Oktober dan November yang cukup signifikan.

**1.3** **Batasan Masalah**

Menurut Sugiyono (2017), Batasan masalah berkaitan dengan pemilahan masalah dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi. Dengan demikian, masalah akan dibatasi lebih khusus dan lebih sederhana.

Dalam penelitian ini diberikan batasan masalah agar penelitian tidak terlalu luas dari hasil yang diharapkan, sehingga penelitian melakukan pembatasan masalah obyek penelitian hanya pada Pengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang).

**1.4 Rumusan Masalah**

Menurut Sugiyono (2017), Rumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian, sebagai panduan bagi peneliti untuk menentukan teori yang akan dipakai, perumusan hipotesis, pengembangan instrument, dan teknik statistik untuk analisis data.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dirangkum, maka yang menjadi pertanyaan dalam rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Networking* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang)?
2. Apakah *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang)?
3. Apakah *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang)?
4. Seberapa besar berpengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang)?

**1.5 Tujuan Penulisan**

Menurut Sugiyono (2017), Tujuan penelitian adalah untuk menemukan, membuktikan, dan mengembangkan suatu persoalan atau pengetahuan dengan menggunakan prosedur- prosedur ilmiah.

Suatu penelitian harus memiliki tujuan, adapun tujuan umum dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Networking* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang).
2. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang).
3. Untuk mengetahui pengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang).
4. Untuk mengetahui seberapa besar berpengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang).

**1.6 Manfaat Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017), Manfaat penelitian yaitu untuk menyelidiki keadaan, alasan, maupun konsekuensi terhadap keadaan tertentu.

Setiap penelitan juga diharapkan memiliki suatu manfaat, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang.

Hasil dari penelitian ini akan memberi masukkan untuk perusahaan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Faktor yang mempunyai pengaruh signifikan dapat menjadi bahan acuan bagi perusahaan untuk menentukan strateginya dalam menghadapi persaingan yang ketat.

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi penulis untuk meningkatkan wawasan peneliti dan menambah ilmu pengetahuan dalam *Networking*, *Service Quality* dan Peningkatan Penjualan Produk.

1. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan bacaan mahasiswa di perpustakaan dan juga dapat dipakai sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang meneliti masalah sejenis